

ANALISIS PRODUKSI PROGRAM KHAZANAH TRANS7 EPISODE KHAZANAH ETALASE

Zouhrotun Diniah¹, Maya May Syarah¹

¹ Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Ibn Khaldun
Bogor

Jl. Sholeh Iskandar, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

Email: zouhrotundiniah2@gmail.com, maya.mms@bsi.ac.id

Abstract

The purpose of this research based on the problem statement was to find out the program format used by the Khazanah Trans7 program on the Khazanah Etalase episode and find out the Khazanah Trans7 production process on the Khazanah Etalase episode in terms of preproduction, production, and postproduction. The research method used in this study is a qualitative approach with an observation method. The author conducts direct research in the field to find out how the production process of the Khazanah Trans7 program. The results of observations, interviews, and documentation in this study can be concluded that the Khazanah Trans7 Episode showcase program uses a heterogeneous type of Magazine program. For the production process, namely, preproduction reporters look for themes then presented in pitching then writing the script. Furthermore, the production is to change the script into visual audio starting from visual pitching, filming, transferring image files, editing scripts and voice over. After the production process is finished entering the post- production stage, the final process is to combine all the material to be ready to broadcast with several processes including the collection of all material, image editing, editing voice over, titling, mixing, review, quality control, and mastering and then ready to air.

Keywords: Television, Trans7, Khazanah, Television Program Format, Television Program Production.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan pernyataan masalah adalah untuk mengetahui format yang digunakan oleh program Khazanah Trans7 pada Episode Khazanah Etalase dan untuk mengetahui proses produksi dalam hal praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengambilan data observasi. Penulis melakukan penelitian langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses produksi program Khazanah Trans7. Hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase memiliki format program magazine yang bersifat heterogen. Untuk proses praproduksi, reporter mencari tema lalu mempresentasikan pitching kemudian menuliskan naskah. Pada proses produksi naskah diubah menjadi audio visual dimulai dari visual pitching, syuting, pengiriman gambar, pengeditan naskah dan voice over. Setelah itu ada praproduksi yaitu proses final yang menggabungkan seluruh material sebelum ditayangkan, dengan berbagai proses seperti pengeditan gambar dan voice over, titling, mixing, review, quality control, dan mastering sehingga kemudian siap untuk ditayangkan

Kata Kunci: Televisi, Trans7, Khazanah, Formst Program Telvisi, Produksi Program Televisi.

1. Pendahuluan

Kemajuan inovasi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi sangat mempengaruhi perubahan masyarakat, bahkan bisa membentuk peradaban sendiri, membentuk dinamika media massa dan penggunaannya. Kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan setiap saat, setiap waktu dan setiap tempat, dari segi sosial, ekonomi, politik, budaya bahkan Agama juga terus meningkat. Tanpa informasi manusia akan merasa buntu dan tidak dapat melangsungkan hidup dan kehidupannya. Dewasa ini untuk mendapatkan sebuah informasi masyarakat tidak hanya membutuhkan satu media massa saja. Kurang lebih tiga media yang digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi seperti media online, media elektronik berupa televisi dan media cetak berupa surat kabar. Salah satu media massa yang masih eksis sampai sekarang adalah media televisi, media yang lahir pada tahun 1946 tersebut memiliki daya tarik cukup tinggi.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Center for Strategic and International Studies (CSIS) pada tahun 2017, generasi milenial di Indonesia menjadikan media televisi dan media online sebagai sumber informasi. Dari survei tersebut menyebutkan 79,3 % generasi milenial menonton televisi setiap harinya, yang membaca media online sebanyak 54,3 % setiap harinya. Sedangkan yang mendengarkan radio hanya 9,5 % setiap harinya dan yang membaca surat kabar hanya 6,3 % setiap harinya (<https://news.detik.com/berita/d-3712484/surveicsis-media-online-dan-tv-jadi-sumber-informasi-milenial>).

Televisi mempunyai sifat istimewa dibandingkan dengan media lainnya, seperti radio, surat kabar, majalah dan sebagainya. Televisi merupakan gabungan dari radio dan film yaitu dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Penyampaian informasi atau pesan harus dikemas dengan metode penyajian yang menarik dan mudah dimengerti dengan durasi yang terbatas (Ardianto & Komala, 2007: 128). Secara fungsi umum televisi sebagai media massa tidak hanya menyampaikan informasi saja, tetapi memiliki fungsi lainnya yaitu untuk mendidik dan untuk menghibur. Di Indonesia karena banyaknya stasiun televisi yang muncul dan memiliki berbagai kepentingannya, maka pemerintah membuat undang-undang yang membahas tentang fungsi media massa. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Bab II Pasal 4 Ayat 1 menyebutkan “Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial” (KN Mabruri, 2013: 144).

Sebagai salah satu negara Muslim, fungsi televisi untuk mendidik dapat dimaksimalkan sebagai media dakwah Islam. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku (Ardianto dan Komala, 2007: 19). Hidup dan keyakinan, perbuatan, sikap, tingkah laku, maupun tata nilainya: yang pada gilirannya akan mengubah tatanan kemasyarakatan dalam proses yang dinamik (Kayo, 2007: 25). Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim, karenanya diberikan gelar sebagai ummat terbaik, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Ali – Imron: 110:

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah SWT.

Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”

Ayat diatas juga menunjukan sifat ummat Muslim dan dakwah sebagai bentuk eksistensi ummat Muslim, sebagaimana yang dijelaskan Sayyid Quthb dalam tafsir Fi-Zhilalil Qur'an (2001: 357) sebagai berikut:

“Dalam konteks ini telah disampaikan perintah kepada Jama'ah Muslim agar memberi wewenang diantaranya kepada orang yang melaksanakan seruan kepada kebaikan, memerintahkan kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar. Sedangkan disini Allah menjelaskan bahwa itulah sifat Jama'ah Muslim, untuk menunjukkan bahwa tidak ada wujud hakiki kecuali dengan terpenuhinya sifat utama ini, yang dengannya Jama'ah ini dikenal di dalam masyarakat manusia. Jika telah melaksanakan dakwah kepada kebaikan, memerintahkan kepada yang ma'ruf dan menegah kemunkaran -disertai iman kepada Allah- maka Jama'ah ini berarti telah eksis dan Muslim. Tetapi jika tidak melaksanakan sesuatu dari hal ini maka Jama'ah ini tidak eksis dan tidak merealisasikan sifat Islam pada dirinya.”
Televisi sebagai media dakwah harus mampu menyajikan pesan dakwah dengan cara yang baik sehingga mampu menarik perhatian penonton, sebagaimana Allah SWT memberikan arahan pokok tentang cara bagaimana menyampaikan dakwah kepada manusia dalam Q.S. An – Nahl: 125.

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan kita cara-cara untuk berdakwah yang efektif dilakukan untuk segala kondisi dan kepada manusia yang berbagai macam jenis dan sifatnya, diantaranya dengan *hikmah*, menurut Prof. DR Toha Yahya Umar, MA *hikmah* yaitu kemampuan meletakkan sesuatu pada tempatnya dengan berfikir, berusaha menyusun dan mengatur dengan cara yang sesuai dengan keadaan zaman dengan tidak bertentangan dengan larangan tuhan. Menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif mad'u, menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif. Dakwah *Al-Mau'izhatul Hasanah*, artinya pengajaran yang baik, atau pesan-pesan yang baik, yang disampaikan sebagai nasihat. *Jadilhum billati hiya ahsan* membantah dengan cara yang baik, menurut An-Nafsi bantahan yang baik diantaranya dilakukan dengan perkataan yang lunak, lemah lembut, tidak dengan ucapan kasar atau dengan mempergunakan sesuatu yang bisa menyadarkan hati, membangunkan jiwa, dan menerangi akal fikiran, ini merupakan penolakan bagi orang yang enggan melakukan perdebatan dalam Agama (Malim & Solihin, 2010: 32-36).

Dengan berkembangnya televisi sebagai media dakwah metode tersebut bisa direalisasikan dalam kemasan yang menarik melalui program yang memiliki penonton yang luas, seperti dikemas dalam sebuah program religi dengan format

talk show, dokumenter, film maupun *magazine* yang disesuaikan dengan penonton supaya mudah diterima.

Trans7 merupakan salah satu stasiun televisi yang memiliki banyak program religi untuk mendidik masyarakat dalam bidang Agama. Diantaranya Jazirah Islam yang berisi pengetahuan tentang kehidupan minoritas Muslim lokal di negara-negara mayoritas non-Muslim, Khalifah menghadirkan pembahasan keagamaan lewat sudut pandang penceritaan tokoh-tokoh penting dalam dunia Islam untuk menghadirkan hikmah yang berharga bagi umat Islam, Khazanah merupakan program yang memadukan dakwah melalui visualisasi dan ilustrasi serta nasihat-nasihat dari ustadz dan ahli-ahli Agama termuka di tanah air, Poros Surga program regular yang membahas tentang hikmah-hikmah yang ada di Al-Qur'an, dan Ruqyah sebuah dokumenter yang menyoroti kegiatan pengobatan ala Rasulullah SAW (<https://www.trans7.co.id/programs>).

Khazanah dengan julukannya sebagai ensiklopedia dunia Islam, memberikan solusi langsung terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat dengan kemasan dakwah yang memadukan visualisasi dan ilustrasi serta nasihat-nasihat dari ustadz dan ahli-ahli Agama terkemuka di tanah air. Setiap episodenya, Khazanah akan mengkaji dan membahas permasalahan permasalahan keseharian yang sifatnya individu seperti: masalah pernikahan, rumah tangga, pendidikan anak, dan sebagainya. Masalah sosial meliputi permasalahan politik, hukum, ekonomi, dan sebagainya, serta masalah paparan sains modern dalam perspektif Islam.

Hal tersebut juga menjadi alasan eksistensi Khazanah sebagai program religi yang masih diminati oleh masyarakat sejak 2012 hingga sekarang. Sebagaimana yang disampaikan oleh produser Khazanah, Rating Khazanah menginjak angka 13% sampai dengan 15% ditayangkan setiap hari Senin -Jumat pukul 05.15 WIB dan Sabtu pukul 05.30 WIB dengan tujuan untuk memberikan penyegaran rohani bagi pemirsa sebelum melakukan aktivitas (Uzeir, 2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fitri (2014) program Khazanah dianggap efektif sebagai media dakwah untuk masyarakat. Efektivitas program tersebut dapat terlihat dari efek yang dihasilkan antara lain yaitu efek afektif yang menimbulkan perasaan senang seperti antusias; efek kognitif yaitu memiliki efek dari segi pemahaman dan efek psikomotorik dari segi tindakan, kegiatan atau bentuk pengamalan.

Melihat latar belakang diatas, bahwasanya televisi merupakan sarana yang masih diminati untuk mendapatkan informasi dan pendidikan serta program Khazanah sebagai media dakwah yang efektif mengemas pesan dakwah melalui format acaranya, maka dari itu pertanyaan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana format program yang digunakan program Khazanah Trans7 pada episode Khazanah Etalase? Bagaimana proses produksi program Khazanah pada episode Khazanah Etalase ditinjau dari praproduksi, produksi dan pasca?

2. Landasan Teori

a. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, baik itu antar individu, kelompok, organisasi maupun massa,

dibutuhkan dari bangun tidur hingga tidur kembali. Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, Komala & Karlinah, 2007: 3) yang mengatakan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people). Media komunikasi yang termasuk dalam media massa adalah: media cetak yaitu surat kabar dan majalah, media elektronik yaitu radio dan televisi dan new media (facebook, twitter, Instagram, youtube dan lainnya yang tersambung dengan internet).

Menurut Elizabeth-Noelle Neuman, komunikasi massa memiliki empat ciri pokok. Pertama bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis. Kedua bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan). Ketiga bersifat terbuka, artinya ditunjukkan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim dan Keempat mempunyai publik yang secara geografis tersebar (Sumaditirna, 2014: 21). Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah penyampaian pesan kepada orang banyak melalui media massa: media cetak (surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi) dan new media (internet) yang diproduksi secara insitutional berlandaskan teknologi.

b. Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata “tele” dan “vision” yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti melihat dari jarak jauh. Jauh disini yaitu melihat dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dan dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set) (Rizal, 2013: 42). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007: 1162), televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat gambarnya dan dapat didengar. Jadi televisi adalah salah satu media massa untuk menyiarkan suatu pesan dengan suara (audio) dan gambar (visual) yang diubah dengan gelombang electromagnetic yang disebarkan kepada khalayak secara luas.

Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaian: Strategi Mengelola Radio dan Televisi (2008: 104) stasiun penyiaran jangkauan siaran televisi dapat dibagi menjadi dua jangkauan siaran, yaitu: stasiun televisi lokal yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten, dan stasiun Stasiun Televisi Nasional yang menyiarkan program- programnya ke sebagian besar wilayah negara dari hanya satu penyiaran. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga mempengaruhi perkembangan industri televisi, sehingga terbentuk tiga fase menurut Anton Mabururi (2018: 15) tiga fase perkembangan televisi diantaranya: 1). Era televisi terrestrial (televisi analog), yaitu sistem penyiaran televisi yang tidak melibatkan transmisi satelit 2). Era digital Terrestrial televisi (digital TV), yaitu jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal gambar, suara, dan data ke pesawat televisi. dan 3). Era televisi internet (televisi daring - dalam jaringan), yaitu situs web yang memiliki tayanagn

video yang terkonsep, selalu diperbaharui terus-menerus, tidak statis, mengikuti perkembangan peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar, dan bisa diakses oleh politik secara bebas, dengan berbagai macam bentuk pendistribusiannya.

Televisi sebagai media massa memiliki fungsi yang sama dengan media massa lainnya seperti surat kabar sebagai media massa cetak dan radio sebagai media massa elektronik. Menurut ahli sosiolog, yaitu Robert K. Merton dan Paul Lazarsfeld (Sumadiria, 2014: 37) fungsi komunikasi mencakup enam hal: Pengawasan (Surveillance), Korelasi (Colleration), Transmisi Budaya (Cultural Transmission), Hiburan (Entertainment), Penganugerahan Status (Status Conferal) dan Pengakhilakan (Ethicizing). Sementara itu menurut Karlinah (Ardianto & Komala, 2007: 19) megemukakan fungsi media massa secara umum yaitu: fungsi Informasi, fungsi pendidikan, fungsi mempengaruhi, fungsi proses pengembangan mental, fungsi adaptasi lingkungan dan fungsi manipulasi lingkungan. Sedangkan menurut Onong Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi* (2008: 54) menyebutkan fungsi umum media massa adalah menyiarkan informasi (to inform), mendidik (to educate) dan menghibur (to entertain).

c. Program Televisi

Secara terminologi, kata program berasal dari bahasa Inggris “programme” atau Amerika “program” yang berarti acara atau rencana. Program dapat diartikan sebagai segala hal atau acara yang ditampilkan yang meliputi berbagai jenis siaran dan ditujukan kepada audiens demi memenuhi kebutuhan batin mereka (Robin, 2014: 123). Secara rinci definisi program televisi dijelaskan oleh Sutisno (Isnaien, 2011), program televisi adalah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetika dan asrtistik yang berlaku. Menurut Morissan di dalam Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk sebuah acara namun menggunakan istilah “siaran” yang memiliki definisi sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam bentuk. Akan tetapi, kata “program” yang lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran Indonesia daripada kata siaran itu sendiri sebagaimana tertulis dalam Undang-Undang Penyiaran (Apriyanti, 2019: 29-30). Dengan demikian pengertian program adalah segala sesuatu yang ditampilkan stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan penontonnya. Karena program televisi yang disajikan adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang ditayangkan stasiun televisi.

Secara umum program siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan disebut program entertainment dan informasi disebut juga program news. Program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. dimana nilai jurnalistiknya tidak diperlukan, tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, pertunjukan, drama maupun film. Sedangkan program informasi, sesuai dengan namanya, program informasi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu. Program informasi menurut Morrisian adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien.

Program informasi sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitas. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu: berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news) (Latief & Utud, 2015: 5-47).

Meskipun kedua program tersebut memiliki karakteristik berbeda, tidak membuat batasan itu menjadi berdiri sendiri. Ternyata ada beberapa program yang bisa berdiri di dua jenis program yang memiliki perbedaan, tergolong sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Demikian juga sebaliknya, suatu program informasi dapat didukung dengan unsur-unsur hiburan yang artistik, bertujuan memberikan nilai tambahan supaya enak ditonton. Apalagi di era persaingan program sekarang ini semakin meningkat sehingga program televisi swasta berlomba untuk menjadikan program yang diminati masyarakat.

d. Format Program Televisi

Perkembangan tren gaya hidup masyarakat ternyata berpengaruh terhadap kreativitas program televisi saat ini, melahirkan berbagai bentuk program televisi yang sangat beragam. Sehingga muncul ide-ide yang menampilkan format baru pada program televisi agar memudahkan produser, sutradara dan penulis naskah menghasilkan karya luarbiasa (Apriyanti, 2019: 24). Menurut Naratama dalam bukunya *Menjadi Sutradara Televisi* (2013: 68) menyebutkan format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Format program siaran televisi merupakan bentuk program siaran yang memiliki tujuan, metode, karakteristik dan norma tertentu dalam penyajiannya. Menurut Andi Facruddin dalam bukunya *"Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi"* (2015: 71) membagi format program acara menjadi tiga bagian, yaitu fiksi (drama), non fiksi (non drama), serta informasi atau berita.

Sedangkan menurut Sutisno (Adiari, 2012: 21) macam-macam format program berdasarkan jumlah penampilan dan alokasi waktu sebagai berikut: 1). Format Program Sederhana, Secara umum bercirikan digunakannya seorang penyaji atau presenter untuk menyampaikan isi pesan. Format ini mempunyai beberapa format program, yaitu: format talk/ceramah, format video on sound (vos), format diskusi, format wawancara/interview, dan format permainan dan format documenter. 2). Format Program Kompleks, Format program yang kompleks produksinya lebih sulit dan lebih besar biayanya. Beberapa program yang kompleks sebagai berikut: Format Feature, Format Majalah Udara (Magazine), dan Format Drama. Berbagai jenis format tersebut, bukanlah sesuatu yang mutlak harus ada semua dalam acara stasiun televisi. Format-format tersebut sangat bergantung dari kepentingan masing-masing stasiun televisi.

e. Proses Produksi Program Televisi

Tahapan penting dalam menayangkan sebuah program televisi adalah proses produksi. Produksi program televisi melalui proses tahapan yang panjang, membutuhkan peralatan yang banyak, bekerja secara kolektif, melibatkan banyak crew yang bekerja sesuai dengan tugas dan memiliki keterampilan yang berbeda-beda, bekerja sama dalam satuan kerja. Sehingga dibutuhkan Standar Operasional

Procedur (SOP) sebagai acuan dalam tahapan proses produksi. Standar Operational Procedur (SOP) adalah standar kerja yang berlaku untuk semua pelaksanaan proses produksi program hiburan informasi maupun berita. Akan tetapi untuk program khusus berita dengan format hard news yang materinya update, actual factual karena membutuhkan kecepatan penyajian, seperti kebakaran, kecelakaan dan lainnya yang sifatnya tidak direncanakan, maka tidak harus memenuhi Standar Operational Procedur (SOP). Adapun informasi lainnya seperti dokumentery, magazine dan feature tetap membutuhkan Standar Operational Procedur (SOP) untuk menghasilkan produksi siaran yang berkualitas (Latief & Utud, 2015: 146). Menurut Alan Wurtz yang dikutip dalam Darwanto Sastro Subroto (dalam Latief & Utud, 2015: 146) menyebut SOP dengan istilah “Four Stage of Television Production” yaitu: Pre-Production planning, Setup and Rehersial, Production, dan Post production. Namun secara umum proses produksi hanya meliputi praproduksi, produksi dan pascaproduksi (Mabruri, 2018: 35).

1) Praproduksi

Praproduksi (Pre-Production) tahapan ini bisa disebut dengan tahapan perencanaan. Tahap perencanaan adalah tahapan yang paling penting, karena tahapan ini dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu program. Perencanaan adalah proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar selama suatu jangka waktu yang akan datang dan apa saja yang akan dilakukan agar tujuan-tujuan itu dapat tercapai (Terry & Rue 2008: 43-44). Praproduksi membahas dan mencari ide, gagasan, perencanaan, memilih pengisi acara (talent), lokasi, dan kerabat kerja (Crew). Pada tahap ini yang bertanggung jawab adalah eksekutif produser, produser, direktur (program direktur) dan kreatif. Mereka duduk bersama untuk melaksanakan meeting planning, mencari dan mengelola gagasan yang akan dituangkan dalam bentuk proposal, penulisan rundown, naskah, dan (time schedule) program (Latief & Utud, 2015: 148). Dalam meeting planning setiap ide dipresentasikan dan diuji dari sudut pandang estetika dan informatif yang sesuai dengan segmentasi penonton. Dalam pelaksanaannya meeting planning dapat dilakukan lebih dari satu kali pertemuan. Pada pertemuan pertama biasanya dihadiri oleh eksekutif produser, produser, dan kreatif, akan tetapi pada pertemuan berikutnya dihadiri pelaksana teknis seperti technical director, audio engenering, lighting art director, dan desain grafis sebagai langkah untuk menghubungkan ide satu dengan ide lainnya (Latief & Utud, 2015: 149).

Suatu konsep program yang dibuat dalam meeting planning tidak selalu dibuat dalam bentuk proposal program, tetapi bisa saja ide-ide yang muncul dapat langsung disusun dalam bentuk Rundown. Rundown adalah susunan isi dan alur cerita dari program acara yang dibatasi durasi dan segmentasi. Rundown tersebut dapat mengalami beberapa kali revisi sampai siap tayang. Tidak hanya sebatas itu, rundown harus dibuat dalam bentuk master rundown dan operational rundown yang nantinya menjadi pedoman kerja bagi crew dalam melaksanakan tugasnya (Latief & Utud, 2015: 149-150). Pada tahapan praproduksi telah tersusun, kemudian dilakukan production meeting dengan crew untuk menjelaskan dan berkoordinasi tentang kesiapan pelaksanaan produksi. Dalam proses tersebut melibatkan art director, technical director, cameraman, audioman, lightingman, kreatif, asisten produksi, asisten administrasi, unit manajer, wardrobe, make up,

properties, special effect, dan lainnya (Latief & Utud, 2015: 150). Apabila telah dilakukan koordinasi, maka terusun konsep program, crew dan peralatan yang dibutuhkan. Dibuat technical meeting untuk menjelaskan teknik pelaksanaan dari program tersebut. Pada saat technical meeting seluruh rencana kerja sudah tersusun dalam bentuk manualbook yang terdiri dari program rundown, operational rundown, atau master rundown, stage design, list fasilitas teknis, schedule, timetable, list artis pendukung, wardrobe, daftar crew, spesifikasi lighting, dan audio (Latief & Utud, 2015: 150-151).

2) Produksi

Produksi (production) adalah upaya mengubah naskah menjadi audio video (AV). Produksi merupakan tahap untuk melengkapi gambar (taping) atau siaran langsung (live). Untuk program informasi yang terikat waktu biasanya diproduksi tanpa set up atau rehearsal. Sedangkan untuk format program hiburan yang dilakukan siaran langsung maka membutuhkan set up atau rehearsal (Latief & Utud, 2015: 152). Pada program informasi format straight news dapat diproduksi tanpa set up atau rehearsal, karena tidak harus mengatur posisi kamera dan melakukan blocking camera, karena momen yang menjadi objek materinya dapat terlewatkan begitu saja. Objek materi program bisa datangnya tidak diduga, apa, siapa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana. Namun tidak berarti program, time concert tidak ada tahapan set up atau rehearsal tetap diperlukan (Latief & Utud, 2015: 152).

Jenis teknik produksi program ialah Taping dan Live: Taping (rekaman) merupakan kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk audio video (AV). Materi hasil rekaman akan ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwa, misalnya rekaman dilakukan pada minggu lalu, ditayangkan minggu ini. pelaksanaan rekaman dapat dilakukan dengan cara: produksi dilaksanakan seluruhnya di dalam studio, dilaksanakan diluar studio, dan bisa juga dilaksanakan diluar dan didalam studio. Sedangkan live atau siaran langsung, dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Prilaku Penyiaran disebutkan, siaran langsung adalah segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu. Dalam pelaksanaan produksinya, siaran langsung dipersiapkan lebih detail dari program rekaman. Hal tersebut dilakukan karena program live jika terjadi kesalahan tidak bisa disempurnakan lagi. Istilah dalam program live harus “nol salah” artinya, disiapkan segala sesuatunya dengan matang agar tidak ada kesalahan saat pelaksanaan siaran langsung (Latief & Utud, 2015: 152-155).

3) Pascaproduksi

Pascaproduksi (postproduction) adalah tahapan akhir dari proses produksi program televisi sebelum on air. Dalam tahapan ini program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, di antaranya, *editing offline*, *online*, *insert graphic*, narasi, *effect visual*, dan audio serta *mixing* (Latief & Utud, 2015: 155). Tahap penyelesaian pascaproduksi menurut Ciptono Setyobudi (Apriyanti, 2019: 35), meliputi beberapa hal diantaranya: Editing, Narasi (*dubbing*), *Mixing*, Proses *Titling*, *Quality Control*, dan *Mastering*.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil

Tahapan-tahapan produksi program pada umumnya melalui tahapan praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Praproduksi pada program Khazanah Etalase yaitu reporter mencari tema dan konten materi yang kemudian akan dipresentasikan kepada produser dalam pitching mingguan. “Biasanya kita mencari ide-ide dari internet, atau pengalaman pribadi, atau sesuatu yang belum kita ketahui dan kita pengen tahu. Biasanya yang dibahas tentang fiqih, tentang tokoh inspiratif dan lainnya yang bisa dibahas di Khazanah yang tidak menyinggung golongan” (Putri, 2019). Pitching dilakukan setiap minggu, tepatnya setiap hari Selasa. Dalam proses pitching ini ada yang namanya konsultan, konsultan itu dari NU, Muhammadiyah, ada dari tokoh masyarakat juga dari MUI setelah itu dibuat naskah oleh produser, reporter maupun penulis dari luar yaitu penulis dari luar yang kapabel ada alumni Al-Azhar Mesir satu lagi dari alumni Lipia. “Prosesnya sama, prosesnya ada pitching, pitching ini dilakukan setiap minggu.

Pitching itu memilih tema dan konten yang sudah diriset oleh reporter, tema-tema apa aja yang mencuri perhatian publik, tidak menimbulkan persoalan, orang-orang sekarang kecenderungannya apa, terus kontennya seperti apa, hendak dibawa kemana itu kontennya, jadi kita mendiskusikan konten bukan gambarnya, mangkanya gambar itu yang mengikuti konten. setelah ini disusun baru dibagi-bagi ke tim liputan dan eksekusinya. Konten-konten yang berat sifatnya konten informasi tentang ajaran, tentang Agama kita serahkan ke penulis luar yang kapabel. Ada alumni Al-Azhar Mesir dan dari alumni Lipia. Dalam proses pitching ini ada yang namanya konsultan, konsultan itu dari NU, Muhammadiyah, ada dari tokoh masyarakat ada dari MUI juga, artinya apa yang kita putuskan sudah melalui persetujuan mereka. kalo ada apa-apa mereka juga bertanggung jawab terhadap public” (Uzeir, 2019).

Berdasarkan hasil temuan observasi, setelah naskah selesai ditulis oleh reporter atau penulis luar, kemudian masuk kedalam proses produksi, dimana proses ini diawali dengan *pitching visual*. *Pitching visual* merupakan rapat *associate producer*, *reporter* dan *camera person* untuk menentukan ilustrasi apa saja yang akan dibuat berdasarkan naskah, kemudian menentukan talent, *budgeting*, lokasi syuting dan properti ilustrasi. Dalam proses produksi ini yang bertanggung jawab penuh adalah reporter dan *camera person*. Reporter dalam proses produksi ini bertugas mencari talent, *budgeting*, lokasi syuting dan properti sedangkan camera person fokus kepada ilustrasi dan adegan- adegan yang menggambarkan naskah. “Jadi setiap produksi program Khazanah itu kita menunggu naskah yang sudah jadi, kemudian kita buat ilustrasinya sesuai dengan naskah yang sudah tersedia. Setiap episode etalase itu berupa ilustrasi. Visual-visualnya yang harus dibikin berbentuk ilustrasi (reka adegan) dari naskah. Tim produksi yang terdiri dari reporter dan camera person membuat dulu gambaran ilustrasinya kemudian diserahkan ke associate producer untuk ACC atau tidak. Jika sudah ACC kemudian eksekusi di lapangan seperti itu” (Firman, 2019). Dalam proses pembuatan ilustrasi *camera person* biasanya membagi science adegan sesuai dengan durasi yang ditentukan. Dalam satu episode dibagi beberapa *science*.

“Di televisi satu science itu paling lama 7 detik, 7 detik ini passingnya lambat kalo passingnya cepet itu 3 sampai 5 detik, satu tema biasanya 4 menit kemudian dibagi 5 detik, dalam 1 menit itu membutuhkan 12 frame, berarti 4 menit membutuhkan 48 frame. Untuk prosesnya tidak bisa hanya ngambil 12 frame per menit karena harus ada kontinuiti, medium, close up, dan lainnya” (Yusuf, 2019). Dalam produksi episode Khazanah Etalase peralatan yang biasa dibawa adalah kamera PXW-200, lampu felony dan clip on. Sebelum terjun ke lokasi semua alat-alat tersebut harus melalui perizinan terlebih dahulu. Sembari naskah dieksekusi untuk menjadi visual, production assistant mengirimkan naskah yang diberikan reporter dan penulis luar diserahkan kepada produser untuk diedit ulang. Setelah naskah siap kemudian dikirimkan kepada *voicer* untuk dibuat *voice over*.

Setelah visual selesai diproduksi, camera person menyalin materi gambar yang sudah dibuat ke dalam hardisk dengan nama sesuai tema yang diproduksi untuk mempermudah associate producer dalam mengarahkan gambar untuk diedit. Setelah tahapan produksi selesai, tahap selanjutnya yaitu pascaproduksi. Pascaproduksi disini yaitu menggabungkan seluruh materi dari mulai gambar, naskah edit dan yang sudah diproduksi sesuai dengan naskah sampai siap tayang. Diantara pascaproduksi dalam program Khazanah Etalase yaitu editing gambar, *editing voice over*, *titling*, kemudian setelah jadi masuk ke *quality control*, kemudian mastering untuk siap tayang. Crew yang bertanggung jawab dalam proses pascaproduksi ini adalah *associate producer*, *editor* dan *production assistant*. *Associate producer* bertugas untuk mengawal gambar yang sudah dibuat dalam proses produksi dan mereview hasil akhir *editing*, kemudian *editor* mulai mengedit sesuai dengan naskah yang tersedia. Jika semua materi sudah digabungkan kemudian dilakukan *review* oleh *Associate producer*, kemudian setelah lolos proses *review production assistant* mengirimkan gambar siap tayang ke *quality control* untuk dilakukan proses pengawasan, penilaian, pengecekan, penentuan kelayakan tayang maupun modifikasi konten program.

“Setelah *campers* dan *reporter* selesai membuat visualnya kemudian dikomunikasikan ke production assistant, kemudian production assistant mengatur lokasi *Booth*, dan menyalin hardisk internal maupun eksternal. Setelah semua bahan (*voice over*, naskah edit, *soft copy* dan gambar) sudah dikumpulkan kemudian dimasukan satu folder di *CPU editing*. *Associate producer* memandu editor dalam memilih gambar dari camera person, nanti editor jalan. Yang intens dalam pasca produksi ini *production assistant* untuk memantau kekurangan gambar, misalnya ada *voice over* yang salah atau ada yang kurang. Khazanah itu di editing butuh 6 shift, karena tayangnya 65 menit. Kalo udah semua nanti editor komunikasi dengan *production assistant*, kemudian *production assistant* menghubungi *associate producer* untuk *preview*, proses *preview* ini butuh waktu satu shift untuk melihat gambarnya, kemudian talentnya, *titlingnya*, intonasi *voice overnya*, dan konsistensi *background*” (Anggi, 2019).

Dalam proses pascaproduksi gambar harus menyesuaikan dengan naskah yang sudah diedit oleh produser. Kemudian satu persatu gambar digabungkan sesuai naskah sampai ke proses *mixing*, yaitu penggabungan dari segment satu sampai segment akhir sehingga menjadi satu episode yang siap tayang. Di Khazanah kita

baca dulu naskahnya, kemudian diproses gambarnya yang sudah disimpan dalam folder dari mulai naskah, gambar dan *voice over*. Dalam editing dibagi 6 shift, naskahnya dibagi rata, satu shift satu segment bersih dengan sound dan titling, setelah satu episode lengkap kemudian proses mixing dari segment satu sampai akhir dan siap diprint (Aris, 2019).

Setelah melalui proses *editing*, *titling*, *mixing* dan *preview* oleh *associate producer* dan *production assistant*. Kemudian diprint dan dimasukkan dalam folder MOA sebagai arsip internal Khazanah. Setelah diprint internal kemudian masuk ke *quality control* (QC) atau biasa melalui library dan siap tayang. “Setelah *preview associate producer* oke, selanjutnya diprint ke internal dengan nama folder MOA. Setelah selesai diprint kemudian play lagi dari awal sampai akhir, khawatir ada yang bermasalah, setelah aman kemudian diserahkan ke *library* untuk masuk ke *quality control*, di *quality control* Khazanah biasanya dilakukan penilaian itu sekitar dua jam. Kalau kata *quality control* aman, kemudian masuk ke ruangan on air untuk siap tayang” (Anggi, 2019). Program Khazanah dalam proses produksi dari praproduksi, produksi sampai pasca produksi bisa memakan waktu sekitar 4-5 hari. Untuk promosi program Khazanah melakukannya melalui akun Instagram @khazanah_t7.

b. Pembahasan

1) Format Program Khazanah Trans7 Episode Khazanah Etalase

Format merupakan suatu perencanaan dasar yang menjadi landasar kreativitas dan desain produksi yang terbagi dalam beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target penonton. Format program sangat penting karena jumlah stasiun televisi semakin banyak, memungkinkan penonton memilih program berguna, baik, menghibur, informatif dan kreatif bagi dirinya. Dengan itu dibutuhkanlah strategi format untuk menarik perhatian penonton dan menjadikan program tersebut disukai (Naratama, 2017: 58-65). Dalam program Khazanah Trans7 format yang digunakan untuk menarik perhatian penonton dalam menyampaikan dakwah berbeda dengan format program-program religi pada umumnya yang menggunakan format ceramah, *talk show*, atau *reality show*. Seperti Mamah dan AA, Siraman Qalbu Bersama Ustad Dhanu, Damai Indonesiaku, dan lainnya. Program Khazanah menggunakan format program magazine dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Menurut Naratama (Mabruri, 2013: 125) *magazine* adalah format meyerupai majalah media cetak, yang didalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual atau timeless sesuai dengan minat dan tendensi dari target penontonna. Pemilihan format program *magazine* ini karena program Khazanah ditayangkan pada pagi hari sebagai program religi untuk memberikan informasi seputar dunia Islam. Khazanah sebagai ensiklopedia Islam dunia dianggap menjadi program yang memberikan pesan-pesan dakwah dengan pembahasannya serius, diantaranya membahas aqidah, syari’ah, akhlak, fenomena-fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan lainnya. Dengan itu magazine merupakan startegi untuk mempermudah penonton dalam menerima pesan dakwah, dibahas secara cepat, tepat, dan memberikan solusi langsung bagi permasalahan yang sedang menjadi tema pembahasan.

Berdasarkan rubriknya magazine bisa dibagi menjadi dua, yaitu: rubrik yang isinya homogen (satu pembahasan saja) dan rubrik yang isinya heterogen (yang biasa disebut majalah umum) (Mabruri, 2018: 305). Program Khazanah episode Khazanah Etalase termasuk kedalam magazine yang heterogen karena dalam satu episode program Khazanah Etalase membahas 4 sampai dengan 5 tema diantaranya tentang ajaran agama Islam, Isu- isu yang sedang ramai diperbincangkan, politik, ekonomi dan lainnya, yang setiap harinya bisa berubah-ubah sesuai dengan hasil pitching mingguan. Dengan itulah Khazanah disebut juga sebagai ensiklopedia Islam dunia. Menurut Rusman Latief dan Yusiatie Utud (2017: 39) durasi tayang program magazine yaitu 30 menit dengan real time 20-24 menit atau 60 menit dengan real time 40-46 menit. Pada program Khazanah episode Khazanah Etalase berdurasi 65 menit dengan pembahasan yang disertai dengan ilustrasi-ilustrasi untuk memudahkan masyarakat menerima pesan dakwah.

2) Proses Produksi Program Khazanah Trans7 Episode Khazanah Etalase

Dalam memproduksi sebuah program televisi tentunya tidak mudah, harus melewati tahapan yang panjang dan melibatkan banyak orang. Untuk menghasilkan program televisi yang berkualitas masing-masing komponen yang terlibat harus mengikuti prosedur yang sesuai karena produksi televisi bukanlah pekerjaan individual akan tetapi pekerjaan tim yang solid (Facruddin, 2012: 2).

Untuk memproduksi program televisi ada yang dinamakan dengan Standar Operational Procedur (SOP). Standar Operational Procedur (SOP) adalah standar kerja yang berlaku untuk semua pelaksanaan proses produksi program hiburan informasi maupun berita. Secara umum Standar Operational Procedur (SOP) dalam produksi program televisi terdiri dari praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Dalam hal ini penulis akan memaparkan tahapan- tahapan proses produksi pada program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase, sebagai berikut:

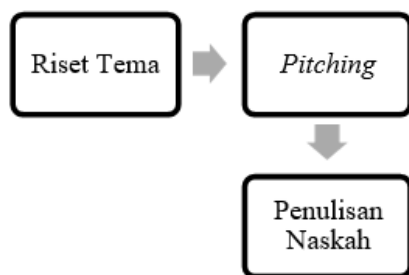
Praproduksi

Dalam Praproduksi program televisi pada umumnya membahas dan mencari ide, gagasan, perencanaan, memilih pengisi acara (*talent*), lokasi, dan kerabat kerja (*Crew*). Pada tahap ini yang bertanggung jawab adalah eksekutif produser, produser, direktur (program direktur) dan kreatif. Mereka duduk bersama untuk melaksanakan meeting planning, mencari dan mengelola gagasan yang akan dituangkan dalam bentuk proposal, penulisan rundown, naskah, dan (*time schedule*) program (Latief & Utud, 2015: 148). Sedangkan dalam proses praproduksi program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase proses praproduksi terdiri dari proses mencari atau riset tema yang dilakukan oleh reporter, kemudian pembahasan dan menyeleksi ide-ide tersebut dalam pitching, setelah itu dilakukan penulisan naskah. Rangkaian proses praproduksi tersebut penulis uraikan di bawah ini. Tahapan praproduksi program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase merupakan tahapan awal yang harus dipersiapkan sebelum melakukan kegiatan produksi. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting, karena untuk kelangsungan dalam proses kegiatan produksi di lapangan.

Proses praproduksi program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase diantaranya proses riset tema, yaitu mengumpulkan ide-ide yang nantinya menjadi bahan pembahasan ketika pitching. Proses riset tersebut dilakukan oleh reporter melalui internet, fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat, pengalaman pribadi reporter, sesuatu yang ingin diketahui reporter atau buku-buku Islami. Dalam menentukan pembahasannya reporter dibebaskan untuk membahas apa saja dan mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya. Setelah reporter melakukan riset kemudian dilakukan pitching. Pitching merupakan kegiatan dimana membahas dan menyaring tema-tema dan konten-konten hasil riset reporter. Pitching dilakukan setiap hari Selasa, dihadiri seluruh crew yang terdiri dari produser, associate producer, reporter, production assistant, camera person beserta Ustadz-ustadz yang berasal dari Ormas NU, Muhammadiyah, Tokoh Masyarakat, dan MUI sebagai konsultan dalam program Khazanah.

Pitching biasanya diadakan di lantai 5 atau lantai 6 gedung TransTV-Trans7 dan terkadang di lantai 20 gedung Bank Mega. Dalam proses pitching setiap reporter mempresentasikan tema-tema yang sudah dikumpulkan kemudian crew lainnya menanggapi dan mengembangkan tema yang sudah dipilih, kehadiran Ustadz sebagai konsultan memberikan pertimbangan terkait dengan kelayakan tema atau konten ini untuk diproduksi. Tema dipilih berdasarkan bisa atau tidaknya diterima oleh publik, tidak menimbulkan persoalan, dan tidak menimbulkan perdebatan publik. Setelah menentukan tema-tema apa saja yang layak untuk diproduksi selanjutnya masuk ke tahap penulisan naskah. Tema-tema yang pembahasannya bersifat ringan seperti fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat, komunitas-komunitas, tokoh inspiratif dan lain sebagainya ditulis oleh reporter. Kemudian naskah-naskah yang bersifat serius pembahasannya seperti fiqh, aqidah, syari'ah, akhlak dan lainnya diserahkan kepada penulis luar yang kapabel di bidangnya. Penulis-penulis luar dalam program Khazanah Trans7 terdiri dari alumni Al- Azhar Mesir dan alumni Lipia. Hal tersebut dikarenakan pembahasan materi yang serius, kemudian kurangnya sumber daya manusia dalam program khazanah yang mampu membahas ajaran Islam secara serius, dan latar belakang sumber daya manusia dalam program Khazanah Trans7 yang umum.

Setelah proses penulisan naskah selesai kemudian diserahkan kepada produser untuk edit naskah. Walaupun rangkaian proses praproduksi pada program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase ini tidak seperti pada umumnya, akan tetapi proses praproduksi ini dianggap cukup untuk melanjutkan ke tahapan produksi. Hal tersebut dikarenakan setiap masing-masing program televisi memiliki strategi dan perencanaan yang berbeda-beda yang terpenting hasil akhir dari sebuah proses produksi berupa tayangan program. Berdasarkan pembahasan proses praproduksi program Khazanah episode Khazanah Etalase di atas dapat disimpulkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Proses Praproduksi Program Khazanah Episode Khazanah Etalase

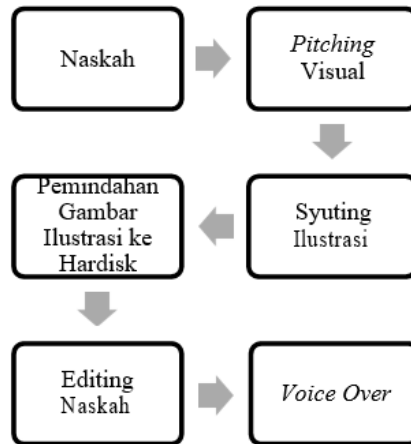
Produksi

Produksi (*production*) adalah upaya mengubah naskah menjadi audio video (AV). Proses produksi merupakan tahapan untuk melengkapi gambar (*taping*) atau siaran langsung (*live*) (Latief & Utud, 2015: 152). Dalam proses produksi program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase merupakan proses mengubah naskah menjadi gambar ilustrasi-illustrasi atau reka adegan dengan proses melengkapi gambar (*taping*). Proses produksi diawali dengan proses pitching visual dimana dalam pitching visual ini merupakan rapat yang membahas adegan-adegan apa yang dibutuhkan naskah persegmen, kemudian menentukan talent, budgeting, lokasi syuting dan 167roperty ilustrasi. Biasanya pitching visual ini dilakukan oleh tim liputan yang terdiri dari camera person dan reporter yang kemudian hasilnya diserahkan ke associate producer untuk di review.

Untuk pemilihan talent Khazanah tidak menggunakan *agency* dan untuk pemilihan lokasi *taping* disesuaikan dengan kebutuhan naskah. Jika sudah mendapatkan persetujuan dari *assicoate producer* naskah yang sudah ditentukan adegan persegmentnya langsung dieksekusi ke lapangan. Peralatan yang biasa digunakan diantaranya kamera PXW-200, lampu felony, tripod dan clip on yang dimiliki oleh Trans7. Sebelum membawa perlengkapan tersebut campers harus membuat draf perizinan alat terlebih dahulu. Dalam proses produksi gambar campers biasanya membagi satu tema menjadi beberapa science sesuai dengan durasi yang dibutuhkan sehingga menghasilkan berbagai frame. Perhitungan dan pembagian frame ini bersifat tidak tentu, artinya dalam proses pengambilan gambar disesuaikan dengan masing-masing campers. Yang terpenting adalah gambar yang dihasilkan beragam dan dapat mewakili adegan-adegan yang ada dalam naskah. Satu episode Khazanah Etalase terdiri dari lima tema yang tema. Visualnya dibagikan kepada team liputan, dalam sehari satu episode audio visual bisa selesai dalam waktu satu sampai dua hari saja.

Sembari naskah diproduksi menjadi visual, production assistant mengirimkan naskah yang diberikan reporter dan penulis luar kepada produser untuk diedit ulang. Setelah nasakah siap kemudian dikirimkan kepada voicer untuk dibuat voice over. Setelah visual lengkap, campers menyalin gambar yang sudah dibuat

kedalam hardisk dengan nama sesuai tema yang diproduksi untuk mempermudah associate producer dalam memandu gambar-gambar yang akan diedit. Berdasarkan pembahasan proses produksi program Khazanah episode Khazanah Etalase di atas dapat disimpulkan dalam gambar sebagai berikut:



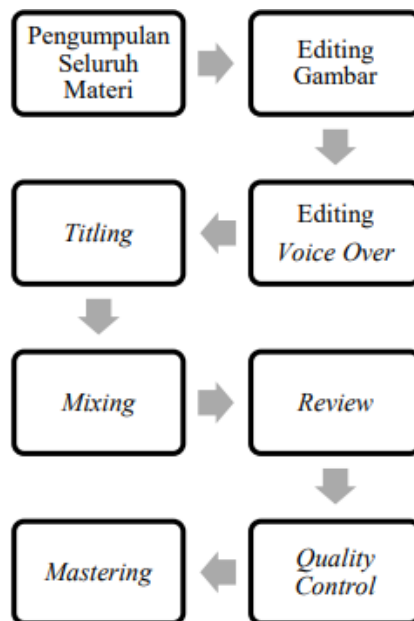
Gambar 2. Proses Produksi Program Khazanah Episode Khazanah Etalase

Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan proses akhir dari proses produksi program televisi sebelum on air. Dalam proses pascaproduksi program Khazanah melalui beberapa proses diantaranya pengumpulan seluruh materi yang terdiri dari naskah edit, *voice over*, dan visual oleh *production assistant*, editing gambar, editing *voice over*, *titling*, *mixing* kemudian setelah jadi masuk ke *quality control*, dan mastering. Dalam proses pascaproduksi yang bertanggung jawab penuh adalah *asisten produser editor* dan *production assistant*. *Associate producer* bertugas untuk mengawal gambar yang sudah dibuat dalam proses produksi, kemudian editor mulai mengedit. Proses editing dalam Khazanah Trans7 merupakan proses penyusunan gambar berdasarkan naskah atau biasa disebut dengan teknik *complitation editing*. Teknik tersebut memang biasa digunakan untuk format program dokumenter, *magazine*, *straight news*, dan beberapa program lainnya.

Setelah proses editing gambar selesai kemudian masuk ke tahap *editing voice over* yaitu memasukan *voice over* yang sudah terkumpul dan *backsound*, kemudian setelah gambar dan suara selaras masuk ke tahap *titling*, dimana proses *titling* ini memasukan teks terjemah atau informasi lainnya untuk menjelaskan gambar maupun suara maupun berupa *credit title* pada akhir acara. Dalam prosesnya biasanya dibagi menjadi shift sesuai dengan durasi yaitu 65 menit. Jika semua gambar, *voice over*, dan juga *titling* selesai *associate producer* meriview keselarasan gambar, *voice over* dan *titling*, jika ditemukan gambar yang kurang tepat maka akan dilakukan proses penambahan gambar dengan mengambil stok gambar yang dimiliki oleh Khazanah Trans7 di library maupun mengunduh dari

youtube. Setelah dilakukan review oleh *associate producer*, *production assistant* mengirimkan gambar siap tayang ke *quality control* untuk dilakukan proses pengawasan, penilaian, pengecekan, penentuan kelayakan tayang maupun modifikasi konten program yang akan tayang, proses *quality control* dilakukan selama dua jam. Setelah melewati *quality control* dan dianggap tayangan sudah aman, kemudian selanjutnya proses *mastering*. Proses *mastering* atau biasa disebut dengan proses *print to tape* merupakan proses akhir dari tahapan pascaproduksi. Proses ini mentransfer hasil akhir editing yang sudah siap untuk tayang kedalam hardisk yang diberikan ke ruangan on air. Berdasarkan pembahasan proses pascaproduksi program Khazanah episode Khazanah Etalase di atas dapat disimpulkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3. Proses Pascaproduksi Program Khazanah Episode Khazanah Etalase

4. Penutup

a. Simpul

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya mengenai analisis proses produksi program Khazanah Trans7 pada episode Khazanah Etalase dapat disimpulkan bahwa Format program dalam Khazanah Trans7 pada episode Khazanah Etalase adalah magazine yang bersifat heterogen, dalam satu episode program Khazanah Etalase membagai empat samai dengan lima tema. Tahapan proses produksi program Khazanah Trans7 pada episode Khazanah Etalase sama seperti proses produksi pada umumnya, yaitu meliputi: **Praproduksi**, Reporter mencari sebanyak-banyaknya ide tema melalui internet, fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat, pengalaman pribadi reporter, sesuatu yang ingin diketahui reporter atau buku-buku Islami. Kemudian tema yang sudah terkumpul dipresentasikan kepada produser dalam pitching. Pelaksanaan pitching tidak hanya dihadiri oleh produser saja akan tetapi oleh crew yang lainnya seperti *associate producer*, reporter, *production assistant*, camera person beserta Ustadz- ustadz yang berasal dari Ormas NU, Muhammadiyah, Tokoh Masyarakat, dan MUI

sebagai konsultan dalam program Khazanah. Setelah tema-tema selama satu minggu ditentukan kemudain proses selanjutnya yaitu pembuatan naskah oleh reporter maupun penulis luar.

Produksi, proses produksi dalam program khazanah Trans7 merupakan proses mengubah naskah menjadi audio visual berupa ilustrasi-ilustrasi. Proses produksinya diawali dengan pitching visual, kemudian masuk ke tahap syuting. Sembari melakukan syuting naskah yang sudah ditulis oleh reporter maupun penulis luar diedit oleh produser, kemudian diserahkan ke voicer untuk dilakukan proses voice over. Setelah syuting selesai gambar campers menyalin gambar yang sudah dibuat kedalam hardisk. Dalam proses produksi satu episode audio visual bisa selesai dalam waktu satu sampai dua hari saja. **Pascaproduksi**, proses pascaproduksi merupakan proses akhir dimana semua materi berupa naskah edit, voice over dan juga gambar dikumpulkan dalam CPU Booth. Kemudian gambar yang dihasilkan oleh camera person dipilih oleh associate producer untuk memandu editor dalam mengedit gambar. setelah itu editor mulai mengedit gambar, mengedit voice over, titiling, kemudian mixing, setelah satu episode selesai dilakukan review oleh associate producer, selanjutnya masuk ke *quality control*, dan mastering kemudian siap tayang.

Masjid Jogokariyan memiliki program kerja yang merupakan hasil dari pada penerapan konsep manajemen yang dimilikinya antara lain, Memasyarakatkan masjid dan memasjidkan masyarakat. Membangun kelembagaan masjid yang melaksanakan tertib administrasi, efisiensi, transparansi dalam anggaran. Mengembangkan seluruh potensi jama'ah bagi kemakmuran masjid dan kesejahteraan jamaah. Mengembangkan Dakwah jama'ah dan jama'ah dakwah. Menggarap dan membina generasi muda yang berjasad kuat, berwawasan luas, berjiwa marhamah, berprestasi, dan mandiri. Membina keluarga jama'ah yang sakinah sebagai benteng ketahanan ummat. Mengelola majlis- majlis ta'lim yang terencana dan terprogram untuk pemahaman Islam yang utuh dan luas. Peningkatan kualitas ibadah dari segi syar'i maupun teknis. Menggali sumber dana yang optimal tanpa harus memberi beban kepada jama'ah.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dipaparkan maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Program Khazanah Trans7 hendaknya meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya dalam bidang Agama dengan mengadakan kajian khusus ke Islaman atau dengan program nyantri untuk karyawan di pesantren.
2. Dalam proses produksi program Khazanah Trans7 hendaknya membuat rundown setelah proses pitching selesai.
3. Melihat gelombang hijrah dalam kalangan anak muda, hal tersebut hendaknya disambut baik oleh Khazanah sebagai program religi untuk memberikan tayangan yang meningkatkan khazanah keislaman anak muda dengan mengemasnya dengan kemasan yang
4. menghadirkan tokoh-tokoh Ustadz muda di Indonesia tema yang dapat diterima anak muda.

5. Kepada kalangan akademis, dosen, mahasiswa maupun para praktisi dakwah hendaknya memberikan masukan tema pembahasan, apresiasi atau pun kritik yang membangun agar program Khazanah Trans7 lebih baik lagi dari waktu ke waktu.

5. Daftar Pustaka

- Apriyanti, S. (2019). *Analisis produksi program salih Net TV*. Skripsi FIDKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44169> (Diunduh Maret 2019)
- Ardianto, E. & Komala, E.L. (2007). *Komunikasi massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., Komala, E.L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi massa suatu pengantar edisi revisi*. Bandung: Simbiosis rekatama media.
- Bahasa, Tim Penyusun Kamus Pusat. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing*. Kencana.
- <https://news.detik.com/berita/d-3712484/survei-csis-media-online-dan-tv-jadi-sumber-informasi-milenial>. (Dunduh Februari 2019)
- <https://www.trans7.co.id/programs>. (Dunduh Februari 2019)
- Isnaen, A. (2011). *Analisis Program Acara Kick Andy di Metro TV*. Skripsi FIDKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/5245> (Diunduh Maret 2019)
- Kayo, K.P. (2007). *Manajemen dakwah*. Amzah.
- Latief, R., & Utud, Y. (2015). *Siaran televisi non- drama: Kreatif, produksi, public relation, dan iklan*. Cet. Ke-2. Kencana.
- Mabruri, K.N, A. (2013). *Manajemen produksi program acara TV format acara non- drama, news, & sport*. PT. Grasindo.
- Mabruri, K.N, A. (2018). *Produksi program TV non- drama: Manajemen produksi dan penulisan naskah*. PT. Grasindo.
- Morrison. (2008). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio & televisi*. Kencana.
- Naratama. (2013). *Menjadi sutradara televisi: Dengan single dan multi-camera*. PT. Grasindo.
- Quthb, S. (2001). *Fi-Zhilalil Qur'an*. Robbani Press.
- Rizal, M. (2013). *Analisis program Mata Najwa episode sengketa iman di Metro TV*. Skripsi FIDKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. www.repository.uin-jkt.ac.id (Diunduh pada Februari 2019)
- Robin, P. (2014). *Analisis produksi program fashion "I Look" di Net TV*. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 121-136. <http://publikasi.mercubuna.ac.id/index.php/viskom/article/view/387/333> (Diunduh Maret 2019)
- Sumaditirna, A.S.H. (2014). *Sosiologi komunikasi massa*. Simbiosis Rekatama Media.
- Uchjana Effendy, O. (2008). *Dinamika komunikasi*. Cet. Ke 7. PT. Remaja Rosdakarya.